

# Document made available under the Patent Cooperation Treaty (PCT)

International application number: PCT/KR05/000994

International filing date: 07 April 2005 (07.04.2005)

Document type: Certified copy of priority document

Document details: Country/Office: KR  
Number: 10-2004-0023614  
Filing date: 07 April 2004 (07.04.2004)

Date of receipt at the International Bureau: 30 June 2005 (30.06.2005)

Remark: Priority document submitted or transmitted to the International Bureau in compliance with Rule 17.1(a) or (b)



World Intellectual Property Organization (WIPO) - Geneva, Switzerland  
Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) - Genève, Suisse



별첨 사본은 아래 출원의 원본과 동일함을 증명함.

This is to certify that the following application annexed hereto  
is a true copy from the records of the Korean Intellectual  
Property Office

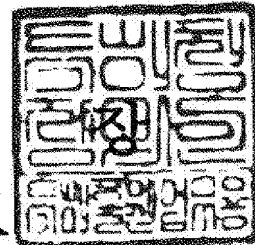
출 원 번 호 : 특허출원 2004년 제 0023614 호  
Application Number 10-2004-0023614

출 원 일 자 : 2004년 04월 07일  
Date of Application APR 07, 2004

출 원 인 : 엔에이치엔(주)  
Applicant(s) NHN Corporation

2005 년 06 월 09 일

특 허 청  
COMMISSIONER



## 【서지사항】

【서류명】	특허출원서
【권리구분】	특허
【수신처】	특허청장
【제출일자】	2004.04.07
【발명의 국문명칭】	상품 정보를 제공하는 방법 및 상품 정보 제공 시스템
【발명의 영문명칭】	Method and System for Providing Information on Article of Commerce
【출원인】	
【명칭】	엔에이치엔(주)
【출원인코드】	1-1999-037388-8
【대리인】	
【성명】	천성진
【대리인코드】	9-2002-000294-5
【포괄위임등록번호】	2002-077078-8
【발명자】	
【성명의 국문표기】	이국영
【성명의 영문표기】	LEE, Gook Young
【주민등록번호】	730925-1390125
【우편번호】	135-080
【주소】	서울특별시 강남구 역삼동 737 스타타워 34층 엔에이치엔 주식회사
【국적】	KR
【발명자】	
【성명의 국문표기】	최정옥
【성명의 영문표기】	CH0E, Jeong Ok
【주민등록번호】	721223-1037926
【우편번호】	135-080

【주소】 서울특별시 강남구 역삼동 737 스타타워 34층 엔에이치엔  
주식회사

【국적】 KR

【심사청구】 청구

【취지】 특허법 제42조의 규정에 의한 출원, 특허법 제60조의 규정  
에 의한 출원심사 를 청구합니다. 대리인  
천성진 (인)

【수수료】

【기본출원료】 0 면 38,000 원

【가산출원료】 56 면 0 원

【우선권주장료】 0 건 0 원

【심사청구료】 17 항 653,000 원

【합계】 691,000 원

## 【요약서】

### 【요약】

본 발명은 소정 기간 동안의 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발시킨 판매가의 총합에 근거하여 상이한 조건 하에서의 광고 비용을 산출하고, 산출된 광고 비용 중 소정 조건에 부합되는 하나의 광고 비용을 실제 과금되는 비용으로 결정하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템에 관한 것이다.

상기의 목적을 이루기 위한 본 발명의 일실시예에 따른 검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보를 제공하는 방법은, 판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스를 유지하는 단계와, 상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 단계와, 상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 단계와, 상기 상품 검색자로부터 상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 클릭 입력을 수신하는 단계와, 상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 상기 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매가 정보를 참조하여 판매가 합산 정보를 생성하여 저장하는 단계, 및 상기 저장된 판매가 합산 정보를 참조하여 소정의 판매 수수율에 따라 판매가 광고비 정보를 판매자 별로 생성하는 단계를 포함하고, 판매가 합산 정보를 생성하는 상기 단계는, 제1 판매 기간 동안 상기 선택된 검색 리스팅

에 포함된 판매자 식별 정보를 참조하여 판매자 별로 상기 선택된 검색 리스팅의 판매가를 누적하여 합산하는 것을 특징으로 한다.

본 발명에 따르면, 소정 기간 동안의 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발한 상품의 판매가 총합을 참조하여 각각의 광고 비용을 산정하고, 상대 크기가 작은 광고 비용을 예측 광고비로서 판매자에게 부가시킴으로써 상호 보완적인 광고 비용의 결정이 이루어지도록 하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공할 수 있는 이점이 있다.

## **【대표도】**

### **도 2**

## **【색인어】**

광고 비용, 가격 비교, 클릭 입력 횟수, 판매가, 몰인몰

## 【명세서】

### 【발명의 명칭】

상품 정보를 제공하는 방법 및 상품 정보 제공 시스템{Method and System for Providing Information on Article of Commerce}

### 【도면의 간단한 설명】

- <1> 도 1은 본 발명에 따른 상품 정보 제공 시스템에 대한 개략적인 동작을 설명하기 위한 도면이다.
- <2> 도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 상품 정보 제공 시스템을 나타내는 구성도이다.
- <3> 도 3a는 본 발명에 따른 검색 리스팅을 저장하는 상품 정보 데이터베이스의 구성 일예를 나타내는 도면이고, 도 3b는 추출된 검색 리스팅을 판매 가격 순으로 배열하는 상품 검색 결과 목록의 일예를 나타내는 도면이며, 도 3c는 기록 제어 수단에 의해 생성되는 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보에 대한 저장 일예를 설명하기 위한 도면이고, 도 3d는 판매 수수율의 설정 일예를 설명하기 위한 도면이다.
- <4> 도 4a는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 상품 정보 제공 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이고, 도 4b는 클릭 광고비 및 예측 광고비를 생성하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.
- <5> 도 5a는 본 발명의 상품 검색 결과 목록에 위치되는 검색 리스팅을 배열하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이고, 도 5b는 예측 광고비에 대한 단위 버림

처리를 수행하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<6> 도 6은 본 발명의 따른 광고 예치금의 입금에 따라 판매 기간에서의 광고 비용을 결정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<7> 도 7은 본 발명에 따른 상품 검색자의 검색 경향에 대한 검색 이력 정보를 생성하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<8> 도 8은 본 발명에 따른 상품 정보 제공 방법을 수행하는 데 채용될 수 있는 범용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

<9> <도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

<10> 200 : 상품 정보 제공 시스템

<11> 210 : 상품 정보 데이터베이스 220 : 인터페이스 수단

<12> 230 : 목록 생성 수단 240 : 기록 제어 수단

<13> 250 : 제1 광고 비용 생성 수단 260 : 제2 광고 비용 생성 수단

## 【발명의 상세한 설명】

## 【발명의 목적】

## 【발명이 속하는 기술분야 및 그 분야의 종래기술】

<14> 본 발명은 검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보를 제공하는 방법 및 상품 정보 제공 시스템에 관한 것으로서, 더욱 상세하게는 소정 기간 동안의 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발시킨 판매가의 총합에 근거하여 상이한 조건 하에서의 광고 비용을 각각 산출하고, 산출된 광고 비용



중 소정 조건에 부합되는 하나의 광고 비용을 실제 과금되는 비용으로 결정하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템에 관한 것이다.

<15> 인터넷 사용의 대중화와 더불어 인터넷 쇼핑몰을 이용한 상품 및 재화 서비스의 유통 판매가 활발하게 이루어지고 있다. 이에 따라 인터넷 쇼핑몰의 수가 기하급수적으로 증가하면서 각 인터넷 쇼핑몰에서는 사용자의 접근 용이성을 높이기 위해, 몰인몰(mall in mall) 방식으로 인터넷 쇼핑몰을 운영하는 방식을 채택하고 있다. 이러한 몰인몰 방식은 소정의 중개 쇼핑몰을 통해 사용자가 각 인터넷 쇼핑몰에 접근할 수 있도록 하는 방식을 의미할 수 있다. 특히, 몰인몰 방식에서의 가격 비교 기능은 다수의 인터넷 쇼핑몰과 연계되는 중개 쇼핑몰의 특성상 용이하게 구현할 수 있는 서비스이며, 각 중개 쇼핑몰에서의 가격 비교 기능은 가격 비교를 통해 보다 다양한 상품의 구매를 원하는 사용자의 욕구가 충족되도록 할 수 있어, 그 서비스의 폭을 점차 확대하고 있는 실정이다.

<16> 즉, 가격 비교 기능을 지원하는 쇼핑몰은 특정 상품에 대해 각 인터넷 쇼핑몰에서 제시하는 판매 가격 정보를 수집, 가공하여 가격 비교를 요청한 사용자에게 제공하는 중개 쇼핑몰의 일종을 의미할 수 있다. 이러한, 일반적인 가격 비교 쇼핑몰에서의 광고 비용 산정은 인터넷 쇼핑몰과 관련된 판매 가격 정보를 사용자에게 노출하는 횟수, 또는 보다 상세한 상품에 대한 정보 습득/실질적인 구매 거래를 위해 판매 가격 정보에 대해 사용자가 클릭 입력하는 횟수 등에 기초하여 광고 비용을 산정하고 있는 실정이다.

<17> 이러한 노출 횟수/클릭 횟수에 의거한 광고 비용의 산정은 각 상품의 판매가

를 전혀 고려하고 있지 않음에 따라 산정되는 광고 비용에 대한 형편성이 저하될 우려가 상존한다. 예컨대, 노출 횟수/클릭 횟수에 의거한 광고 비용의 산정에 있어서, '100만원'짜리 냉장고에 관한 광고 비용과 '1,000원'짜리 케이블에 관한 광고 비용은 동일한 노출 횟수/클릭 횟수 하에서는 모두 동일하게 산정되며, 최악의 경우 '1,000원'짜리 케이블(전선)을 광고하는 광고주는 광고를 통해 발생하는 매출보다 광고 비용이 더 많이 지불해야 하는 폐단이 발생할 수 있게 된다. 이에 따라, 판매가가 작은 상품에 대해서는 광고주가 광고 자체를 기피하는 현상을 발생시키는 문제점이 있게 된다.

<18> 이를 극복하고자, 광고가 이루어진 상품에 대한 실제 매출액을 기준으로 광고 비용을 산정하는 방식이 제시되고 있으며, 예컨대 광고주가 제시한 매출액에 소정의 가중치를 적용하여 적절한 광고 비용이 산정되도록 하고 있다. 하지만, 이러한 매출액에 기준한 광고 비용의 산정에 있어서도, 광고주가 제시한 매출액 정보에 대한 신뢰성이 결여될 수 있으며, 광고주가 고의로 매출액을 낮추어서 제시하는 경우, 적절한 광고 비용의 산정이 불가능한 단점이 있다. 또한, 매출액에 근거한 광고 비용 산정에 있어서, 사용자의 클릭 입력을 전혀 고려하지 않게 되면 판매 가격 정보에 대한 클릭 입력이 적은 경우에도 높은 광고 비용이 산정될 수 있는 문제점을 내포하게 된다.

<19> 따라서, 광고 비용의 산정에 있어서, 사용자의 클릭 입력과 연관되는 가격 비교 정보의 판매가에 근거한 광고 비용 및 클릭 입력 횟수에 근거한 광고 비용을 산출하되, 양자의 광고 비용 산정에 대한 문제점을 모두 해결하여 최적한 조건에

부합되는 하나의 광고 비용이 결정되도록 함으로써 판매가와 클릭 입력 횟수를 모두 고려한 새로운 형태의 상품 가격 비교 서비스 모델이 요구되고 있다. 더불어, 소정 판매 기간 동안에 발생한 사용자의 클릭 입력 경향에 따라 차기 판매 기간에 대한 광고 비용을 산정하여 부가하되, 광고 서비스를 지속적으로 유지하는 광고주에 한하여 최초 판매 기간 동안의 광고 비용을 과금하지 않음으로써 저렴한 광고 비용으로 최대의 광고 효과를 얻을 수 있도록 하는 상품 가격 비교 서비스 모델이 요구되고 있다.

### 【발명이 이루고자 하는 기술적 과제】

<20> 본 발명은 상기와 같은 문제점을 해결하기 위하여 안출된 것으로서, 소정 기간 동안의 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발한 상품의 판매가 총합을 참조하여 각각의 광고 비용을 산정하고, 상대 크기가 작은 광고 비용을 예측 광고비로서 판매자에게 부가시킴으로써 상호 보완적인 광고 비용의 결정이 이루어지도록 하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공하는 것을 목적으로 한다.

<21> 또한, 본 발명의 목적은 상품 검색어에 대응하여 추출되는 검색 리스팅을 판매가 정보에 기준하여 배열되도록 함으로써 동일 상품에 대해 각 인터넷 쇼핑몰에서 판매되는 가격 정보를 일목 요원하게 확인할 수 있을 뿐만 아니라, 인터넷 쇼핑몰 간의 가격 오픈에 의한 가격 경쟁을 유발하여 좋은 상품을 저렴한 가격으로 공급할 수 있도록 유도하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공하는 데에 있다.

<22> 또한, 본 발명의 다른 목적은 판매자로부터 입력된 광고 예치금을 이용하여

제2 판매 기간에 대해서도 지속적인 광고 서비스 계약을 유지하는 판매자에 대해서만 제1 판매 기간에 대한 광고 비용이 무료 처리되도록 함으로써 판매자의 중도 이탈이 억제되도록 하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공하는 데에 있다.

### 【발명의 구성】

<23> 상기의 목적을 이루기 위한 본 발명의 일실시예에 따른 검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보를 제공하는 방법은, 판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스를 유지하는 단계와, 상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 단계와, 상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 단계와, 상기 상품 검색자로부터 상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 클릭 입력을 수신하는 단계와, 상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 상기 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매가 정보를 참조하여 판매가 합산 정보를 생성하여 저장하는 단계, 및 상기 저장된 판매가 합산 정보를 참조하여 소정의 판매 수수율에 따라 판매가 광고비 정보를 판매자 별로 생성하는 단계를 포함하고, 판매가 합산 정보를 생성하는 상기 단계는, 제1 판매 기간 동안 상기 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매자 식별 정보를 참조하여 판매자 별로 상기 선택된 검색 리스팅의 판매가를 누적하여 합산하는 것을 특징으로 한다.

<24> 또한, 상기 목적을 달성하기 위한 기술적 구성으로서, 상품 정보를 제공하는 시스템은, 판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스와, 상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 인터페이스 수단과, 상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 목록 생성 수단과, 상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 상기 상품 검색자의 클릭 입력 수신에 응답하여, 제1 판매 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를, 판매자 별로 생성하여 저장하는 기록 제어 수단과, 상기 저장된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 소정의 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 제1 광고 비용 생성 수단, 및 상기 생성된 판매가 광고비 정보 및 상기 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2 판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 생성하는 제2 광고 비용 생성 수단을 포함하는 것을 특징으로 한다.

<25> 이하, 첨부된 도면을 참조하여, 본 발명의 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템에 대하여 설명한다.

<26> 본 명세서에서 지속적으로 사용되는 광고 비용은, 상품에 대한 가격 비교 서비스를 제공 받은 상품 검색자를, 해당 상품의 구매가 가능한 특정의 온라인 쇼핑물로 접속 연결되도록 유도함에 따라 발생하는 중계 수수료를 지칭할 수 있다. 이러한 광고 비용으로는 온라인 쇼핑물로의 상품 검색자 접속 연결 횟수에 의거한 클

릭 광고비 및 상품 검색자의 상기 접속 연결을 유도한 해당 온라인 쇼핑몰에서의 상품 판매가에 의거한 판매가 광고비가 있으며, 본 실시예에서는 상술한 클릭 광고비와 판매가 광고비를 크기 비교하고 보다 저렴한 광고 비용을 예측 광고비로서 소정의 판매자(인터넷 쇼핑몰의 운영과 연관되는 서버 관계자)에게 과금하게 된다. 또한, 본 발명이 구현되는 웹 서버는 하나 이상의 인터넷 쇼핑몰에 연동하여 상품 검색자에게 상품 정보를 제공하는 중개 쇼핑몰 서버일 수 있으며, 특히 특정 하나의 상품에 대한 각 인터넷 쇼핑몰에서의 판매 가격 정보를 비교하여 상품 검색자에게 제공하는 가격 비교 쇼핑몰 서버가 바람직할 수 있다.

<27> 도 1은 본 발명에 따른 상품 정보 제공 시스템에 대한 개략적인 동작을 설명하기 위한 도면이다.

<28> 상품 정보 제공 시스템(100)은 상품 검색 요청에 응답하여 제공되는 상품 정보에 대한 상품 검색자(130)의 클릭 입력, 즉 상품 검색자(130)를 특정의 인터넷 쇼핑몰(120)로 접속 유도 시킴에 따라 소정 크기의 광고 비용을 발생시키게 된다.

<29> 우선, 중개 쇼핑몰 서버(110)는 소정의 중개 서비스 계약 관계에 있는 복수의 인터넷 쇼핑몰 서버(120)와 연결되며, 각 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에 유지되어 있는 상품 목록을 수집하는 역할을 수행하게 된다. 수집된 상품 목록은 중개 쇼핑몰 서버(110)에서 설정하는 기준에 따라 소정의 상품 정보로 가공되며, 상품 검색자(130)로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청이 발생하는 경우, 해당 상품 검색어에 대응하는 상품 정보를 추출하여 상품 검색자(130)에게 제공하게 된다. 즉, 중개 쇼핑몰 서버(110)는 상품 검색자(130)의 상품 검색 요구가 최적하게 달성

될 수 있도록 다량의 상품 관련 정보를 취합, 분류, 가공하게 되며, 특히 상품 정보의 가공에 있어서, 상품 검색자(130)로 하여금 특정 하나의 상품에 대한 각 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에서의 판매 가격이 일목 요원하게 비교 확인되도록 하는 가격 비교 기능을 가지게 된다. 이러한 중개 쇼핑몰 서버(110)의 기능을 통해, 상품 검색자(130)는 상품에 대한 상세 정보 및, 보다 저렴한 판매 가격을 제시하고 있는 인터넷 쇼핑몰에 대한 정보를 용이하게 획득할 수 있게 된다. 더불어, 중개 쇼핑몰 서버(110)는 상품에 대한 상품 정보(가격 비교 정보 포함)를 제공 받은 상품 검색자(130)로부터 특정의 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에 대한 접속 요청이 있는 경우, 해당 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에 상기 상품 검색자(130)가 접속 연결되도록 하여 상품 검색자(130)의 실제 구매를 유도하는 기능을 보유하게 된다.

<30> 인터넷 쇼핑몰 서버(120)는 상품 또는 재화를 네트워크 상에서 거래되도록 하는 전자 상거래를 구현하는 기능을 수행하는 것으로서, 현실의 오픈 마켓(open-market)과 같이, 상품을 구매하고자 하는 소비자(상품 검색자(130) 포함)와 상품을 판매하고자 생산자를 연결하여 상품의 유통이 원활하게 이루어지도록 하는 기능을 갖는다. 단, 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에서 제시되는 상품의 판매 가격은 각각 다른 유통망과 판매 전략 등에 의해 결정되는 것으로, 동일한 상품에 대해서도 인터넷 쇼핑몰 서버(120)마다 상이할 수 있다.

<31> 상품 검색자(130)는 특정 상품에 대한 정보 검색 또는 가격 비교 검색을 위해 소정의 상품 검색 요청을 발생시키고, 이에 응답한 중개 쇼핑몰 서버(110)로부터 상품 정보를 제공 받는 인터넷 이용자일 수 있다. 즉, 상품 검색자(130)는 중

개 쇼핑몰 서버(110)와의 접속을 위한 단말 수단(135)을 보유하며, 찾고자 하는 상품과 관련한 상품 검색 요청을, 상기 중개 쇼핑몰 서버(110)에 예컨대 상품 명칭을 전송하여 생성하는 인터넷 이용자를 의미할 수 있다.

<32> 단말 수단(135)은 인터넷 등의 통신망(140)을 통해 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(100)과의 접속 상태를 유지하며, 중개 쇼핑몰 서버(110)의 상품 검색 작업에 의해 추출되는 하나 이상의 상품 정보를 소정 화면 상에 표시하게 된다. 이러한, 단말 수단(135)은 예컨대 퍼스널 컴퓨터, 핸드헬드(handheld) 컴퓨터, PDA(Personal Digital Assistant), MP3 플레이어, 전자 사전, 휴대폰, 스마트폰 등과 같이 소정의 메모리 수단을 구비하고 소정의 마이크로프로세서를 탑재함으로써 소정의 연산 능력을 갖춘 단말기를 통칭하는 개념일 수 있다.

<33> 상품 정보 제공 시스템(100)은 상품 검색자(130)의 인터넷 쇼핑몰 서버(120)로의 접속 연결에 따라 광고 비용을 발생시키되, 상품 검색자(130)의 접속 연결에 따른 광고 비용(클릭 광고비) 및 상품 검색자(130)의 접속 연결을 유도한 상품의 판매가에 기반한 광고 비용(판매가 광고비), 두 개의 광고 비용이 함께 생성되도록 하는 역할을 수행한다. 또한, 상품 정보 제공 시스템(100)은 각 광고 비용의 크기 비교에 따라 하나의 광고 비용 만이 실제 과금되는 예측 광고비로서 선택되도록 함으로써 해당 상품에 대한 광고 비용이 보다 합리적이며 저렴한 비용으로 부과될 수 있도록 한다.

<34> 이하, 도 2를 참조하여 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)의 구체적인 구성을 설명한다.



<35> 도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 상품 정보 제공 시스템을 나타내는 구성도이다.

<36> 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 정보 데이터베이스(210), 인터페이스 수단(220), 목록 생성 수단(230), 기록 제어 수단(240), 제1 광고 비용 생성 수단(250), 및 제2 광고 비용 생성 수단(260)을 포함한다.

<37> 우선, 상품 정보 데이터베이스(210)는 판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 장치이다. 여기서 판매자 식별 정보는 인터넷 쇼핑몰을 특징하는 인지 데이터이며, 판매가 정보는 소정 상품에 대해 인터넷 쇼핑몰에서 제시하는 판매 가격에 대한 가격 데이터일 수 있다. 즉, 검색 리스팅은 특정의 상품을 판매하는 인터넷 쇼핑몰에 대한 정보 및 해당 상품의 판매 가격에 대한 정보를 포함하며, 상품 정보 데이터베이스(210)는 이러한 검색 리스팅을 유지하는 역할을 수행하게 된다. 이러한 검색 리스팅은 상품 검색자(130)에 의해 중개 쇼핑몰 서버(110)로 입력되는 상품 검색어에 대응하여 추출되며, 상기 상품 검색자(130)에게 검색 결과로서 제공되는 상품 정보 하나를 지칭하게 된다.

<38> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 소정의 검색 리스팅에 대한 상품 검색자(130)의 클릭 선택에 응답하여, 클릭 선택이 이루어진 검색 리스팅과 관련된 소정의 클릭 이력 정보를 저장하기 위한 기록 처리 필드(도시하지 않음)를 더 포함할 수 있다. 여기서 기록 처리 필드는 설정된 기간 내에 발생하는 클릭 이력 정보를 일시적으로 저장하기 위한 기록 장치를 지칭할 수 있다. 즉, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)의 클릭 선택에 연동하여 상기 기록 처리 필드에, '순

번 정보(No)', '상품 명칭 정보(pname)', '상품 모델 식별 정보(nv\_mid)', '판매자 식별 정보(mall\_id)', '검색자 식별 정보(user\_id)', '판매 가격 정보(price)', '클릭 발생 시간 정보(daytime)', '판매자 유형 정보(type)' 등을 저장하여 설정된 기간 동안 유지하게 된다. 여기서, '순번 정보(No)'는 상품 검색자(130)의 클릭 선택 마다 순차적으로 부여되는 수치 데이터를 의미할 수 있으며, 상기 상품 명칭 정보' 이하의 정보들은 '순번 정보'에 대응하여 저장된다. 즉, '순번 정보'는 처리 건에 대한 키 값으로서, 상기 설정된 기간(예, 1일, 1주, 1달 등)마다 갱신되어 판매자 별로 부여될 수 있다. '상품 명칭 정보(pname)'는 클릭 선택이 이루어진 검색 목록순의 상품명에 관한 데이터이며, 상품 모델 식별 정보(nv\_mid)는 각 쇼핑몰에서 통용되고 있는 상품 식별 데이터를 의미할 수 있다. 또한, '판매자 식별 정보(mall\_id)'는 특정 쇼핑몰에 대한 식별 데이터를, '검색자 식별 정보(user\_id)'는 클릭 선택을 수행한 상품 검색자(130)에 대한 식별 데이터를, '판매 가격 정보(price)'는 검색 목록순에 포함되는 판매가에 관한 수치 데이터를, '클릭 발생 시간 정보(daytime)'는 클릭 선택이 이루어진 시점에 대한 시간 데이터를, '판매자 유형 정보(type)'는 해당 쇼핑몰이 입점되어 있는 쇼핑몰인지 추첨되어 있는 쇼핑몰인지에 대한 구분 데이터를 의미하게 된다. 예컨대, 도 3a에서의 광고주 '바이이즈'와 관련된 검색 목록순이 상품 검색자 'kingNHN'에 의해 클릭 선택되는 경우, 기록 처리 필드에는 『No 1, 디오스냉장고(R-S584GMJ), mall\_id 'buyis', user\_id 'kingNHN', 849,000원 2004-03-16, 입점물』 등으로 기록될 수 있으며, 이에 따라, 상품 검색자(130)의 클릭 선택에 따른 클릭 이력 정보를 생성하게 된다.

생성된 하나 이상의 클릭 입력 정보는 임의의 주기별로 총합되어 도 3c에서와 같이, 판매자 각각으로 합산 정보로서 누적 저장하게 된다. 또한, 기록 처리 필드에 저장되는 이전 주기의 클릭 입력 정보는 클리어(Clear)되고 차기 주기의 클릭 입력 정보가 용이하게 저장될 수 있도록 데이터 부하를 최소화시키게 된다.

<39>

설정된 주기의 종료(예컨대 1일) 후, 기록 처리 필드에 저장되는 클릭 입력 정보는 도 3c에 도시한 것과 같이, 클릭 입력 횟수 또는 판매가 합산에 관한 정보의 생성 기준이 되며, 예컨대 '순번 정보'에 근거하여 클릭 입력 횟수를 누적시키고, '판매 가격 정보'에 근거하여 판매가 합산을 누적하게 된다. 도 3c에서의 클릭 입력 횟수는, 주기가 종료되는 시점에서 갱신되는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일실시예에 불과하며, 상품 정보 데이터베이스(200)에 클릭 입력 정보를 지속적으로 유지하고 예컨대, 본 시스템의 운영자가 원하는 기간에 해당되는 클릭 입력 정보만을 추출하여 클릭 입력 횟수 또는 판매가 합산에 관한 정보로서 생성할 수 있음은 물론이다.

<40>

인터페이스 수단(220)은 상품 검색자(130)로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 장치이다. 즉, 인터페이스 수단(220)은 특정 상품에 대한 각 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에서의 가격 정보를 제공 받고자하는 상품 검색자(130)의 의사를 수신 받는 역할을 수행하되, 상품 검색 요청을 위한 상품 검색어로서, 예컨대 상품 분류명 또는 브랜드 명칭 등을 수신하게 된다. 상품 검색 요청은 예를 들어, 인터페이스 수단(220)에 의해 상품 검색자(130)에게 기 제공되는 소정의 사용자 인터페이스(UI)에 검색 대상 상품명에 입력됨에 따라 발생시킬 수 있다.

더불어, 인터페이스 수단(220)은 검색 결과로서 상품 검색자(130)에게 제공되는 소정의 검색 리스팅을, 상품 검색자(130)가 명령 입력 도구(예, 컴퓨터 마우스)로 클릭함에 따라 발생하는 클릭 연결 신호를 수신하는 기능을 보유하게 된다. 이러한 클릭 연결 신호는 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)에 의해 상품 검색자(130)가 소정 인터넷 쇼핑몰 모듈(120)로 접속 연결되도록 하는 명령 제어 신호로서 작용하게 된다.

<41>

목록 생성 수단(230)은 상품 검색 요청에 응답하여, 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상품 정보 데이터베이스(210)로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하는 장치이다. 즉, 목록 생성 수단(230)은 검색 대상으로 입력되는 상품 검색어와 일치하는 상품 식별 정보를 포함하는 검색 리스팅을 상품 검색자(130)가 찾고자하는 상품 정보라 판단하여 추출하게 된다. 본 실시예에서는 상품 검색어와 일치하는 상품 식별 정보의 검색 리스팅을 추출하는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일실시예에 불과하며, 예컨대 입력된 상품 검색어를 일부로서 포함하는 상품 식별 정보의 검색 리스팅이 추출되도록 하는 등의 다양한 검색 리스팅 추출 방식이 있을 수 있음은 물론이다. 또한, 목록 생성 수단(230)은 추출된 하나 이상의 검색 리스팅을 소정의 배열 조건에 따라 위치시켜 상품 검색 결과 목록을 생성하고, 생성된 상품 검색 결과 목록을 검색 결과로서 상품 검색자(130)의 단말 수단(135)에 전송하게 된다. 상기 배열 조건은 검색 리스팅의 등록일, 인기도 등 다양한 요소가 예시될 수 있으며, 본 실시예에서는 검색 리스팅에 포함되는 판매가 정보의 상대적 크기를 배열 조건으로 설정하는 것이 바

람직할 수 있다. 이하, 도 3a 및 도 3b를 참조하여 검색 리스팅 및 상품 검색 결과 목록에 대해 설명한다.

<42> 도 3a는 본 발명에 따른 검색 리스팅을 저장하는 상품 정보 데이터베이스의 구성 일예를 나타내는 도면이다.

<43> 도 3a에 도시한 바와 같이, 상품 정보 데이터베이스(210)는 특정 상품에 대한 상품 정보인 하나 이상의 검색 리스팅을 저장하고 있고 있다. 각 검색 리스팅에는 상품을 판매하고 있는 인터넷 쇼핑몰(판매물)에 관한 정보인 '판매자' 및 해당 상품에 대한 인터넷 쇼핑몰에서의 가격 정보인 '판매가'를 포함하게 되어, 상술한 가격 비교 서비스에 활용할 수 있도록 한다. 또한, 검색 리스팅은 상품 검색 요청에 응답하여 추출이 이루어지도록 하는 '대응 상품 검색어'에 관한 정보와, 소정의 클릭 입력에 따라 상품 검색자(130)를 특정 인터넷 쇼핑몰로의 접속 연결되도록 하는 '링크'에 관한 정보를 포함하게 된다. 이들 중에서, '대응 상품 검색어'는 상품 검색 요청을 위해 입력되는 상품 검색어를 고려하여, 특정 상품 검색어가 입력되는 경우 판매자와 관련된 검색 리스팅이 추출될 수 있도록 하는, 예컨대 상품 종류, 브랜드 명칭, 광고 문구 등일 수 있으며, 판매자로부터 입력 받아 상품 정보 데이터베이스(210)에 저장하게 된다. 예를 들어, 판매자 '바이이즈'와 관련된 검색 리스팅(데이터베이스 중에서 최상단에 위치)은 상품 검색어로서 'LG', '디오스', '냉장고'가 입력되는 경우, 검색 결과로서 추출되어 진다.

<44> 도 3b는 본 발명에 따라 추출된 검색 리스팅을 판매 가격 순으로 배열하는 상품 검색 결과 목록의 일예를 나타내는 도면이다.

도 3b에서는 'LG디오스냉장고'에 대한 상품 정보를 얻고자 하는 상품 검색자(130)에 의해 '디오스냉장고'가 상품 검색어로 입력되는 것을 가정한다. 이에 따라, 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)은 '디오스', '냉장고'를 대응 상품 검색어로 보유하는 검색 리스팅을 상품 정보 데이터베이스(210)로부터 추출하게 되며, 예를 들어 '디오스'를 대응 상품 검색어로 보유하는 판매자 '바이이즈'와 관련된 검색 리스팅 등을 추출할 수 있다. 추출된 하나 이상의 검색 리스팅은 상품 검색자(130)에게 검색 결과로서 제공되는 상품 검색 결과 목록의 구성 요소가 되며, 도 3b에 도시한 바와 같이, '판매가'를 기준으로 낮은 크기 순서대로 추출된 검색 리스팅을 정렬하게 된다. 도 3b에서는 상품 검색자(130)가 정보 검색하고자 하는 'LG디오스냉장고'에 대해 최저가를 제시하는 인터넷 쇼핑몰이 '바이이즈'임을 알 수 있다. 이에 따라, 상품 검색 결과 목록을 제공 받은 상품 검색자(130)는 동일 상품에 대해 각 인터넷 쇼핑몰에서 제시하는 판매 가격에 대한 정보를 일목 요원하게 인지하게 된다. 더불어, 도 3b의 상품 검색 결과 목록은 해당 인터넷 쇼핑몰과의 접속 연결을 위한 '바로가기'의 핫-키를 포함하고 있으며, 상품 검색자(130)가 해당 상품에 대한 실제 구매 또는 보다 상세한 세부 정보를 얻기 위해 '바로가기'를 클릭 입력하는 경우, '링크' 정보를 참조하여 상품 검색자(130)를 인터넷 쇼핑몰에 접속 연결시키게 된다. 이러한, 핫-키에 대한 클릭 입력 및 클릭 입력 횟수는 본 발명의 광고 비용 산정에 있어서 중요한 산정 요소가 되며, 상세한 것을 후술한다. 본 실시예에서는 인터넷 쇼핑몰과의 접속을 위해 핫-키를 상품 검색 결과 목록에 구비하는 것을 예시하여 설명하고 있으나, 이는 본 발명의 일 실시

예에 불과한 것이며, 예컨대 검색 리스팅에 포함되는 텍스트를 하이버링크화하고 상품 검색자(130)의 클릭 입력이 있는 경우, 소정의 '링크' 정보를 참조하여 상품 검색자(130)를 인터넷 쇼핑몰에 접속 연결시키는 등의 다양한 접속 연결 방식이 있을 수 있음은 물론이다.

<46>

다시, 도 2를 설명하면, 기록 제어 수단(240)은 상품 검색 결과 목록 중에서도 하나의 검색 리스팅을 선택하는 상품 검색자(130)의 클릭 입력 수신에 응답하여, 제1 판매 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를, 판매자 별로 생성하여 저장하는 장치이다. 여기서, 제1 판매 기간은 검색 리스팅에 대한 클릭 입력 경향을 판단하기 위해 본 시스템의 운영자의 의해 설정되는 임의 경과 기간으로, 제1 판매 기간 동안에 기록 제어 수단(240)은 검색 리스팅에 대한 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발한 해당 검색 리스팅의 판매가에 대한 누계 합산을 판매자별로 수행하게 된다. 즉, 기록 제어 수단(240)은 검색 리스팅의 판매자 식별 정보를 참조하여 판매자 별로, 상품 검색자(130)가 중개 쇼핑몰(110)을 통해 접속 연결되는 횟수에 대한 누계치를 클릭 선택 정보로서 생성하고, 상품 검색자(130)의 접속 연결을 유도하는 검색 리스팅의 판매가를 총합하여 판매가 합산 정보로서 생성하게 된다. 이들 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보는 상품 검색자(130)의 클릭 입력이 발생하는 경우, 소정의 메모리 수단(도시하지 않음)에 해당 판매자 별로 갱신되어 저장되며, 제1 판매 기간이 종료되는 시점에서 광고 비용의 산정에 활용되게 된다. 이하, 도 3c를 참조하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보의 생성에 대해 설명한다.

<47> 도 3c는 본 발명의 기록 제어 수단에 의해 생성되는 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보에 대한 저장 일예를 설명하기 위한 도면이다.

<48> 도 3c에서는 제1 판매 기간으로 1개월(2004.3.1~3.31)이 설정되는 것을 가정하고, 제1 판매 기간 동안 기록 제어 수단(240)에 의해 누계된 클릭 입력 횟수 및 판매가 합산에 대해 저장된 데이터를 예시하고 있다. 예컨대, 판매자 '바이이즈'와 관련된 검색 리스팅에 대해 클릭 입력 횟수는 '150회'가 되며, 이는 핫-키 '바로가기'에 대한 상품 검색자(130)의 클릭에 따라 인터넷 쇼핑몰 '바이이즈'에 상기 상품 검색자(130)를 총 150 차례 접속 연결되도록 제어했다는 것을 의미하게 된다. 또한, 판매가 합산은 '460만원'이며, 이는 상품 검색자(130)가 클릭 입력한 핫-키 '바로가기'를 포함하고 있는 검색 리스팅의 판매가를 모두 합산한 금액을 의미하게 된다. 이러한 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보는 제1 판매 기간 중 검색 리스팅에 대한 클릭 입력이 발생하는 경우 각 판매자 별로 지속적인 갱신 저장을 하게 되며, 제1 판매 기간이 종료되는 시점에서 클리어(clear)되어 차기의 제2 판매 기간에서의 클릭 입력 횟수 및 판매가 합산 저장에 대비한다. 예를 들어, 도 3a에서 광고주 '바이이즈'의 상품 '디오스냉장고'와 '삼성PC카메라'와 관련된 검색 리스팅에 대한 클릭 입력이 발생하는 경우, 도 3c의 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보는, 판매자 '바이이즈'를 기준으로 판매가 합산 정보 '944,000원'( $= 849,000 + 95,000$ ), 클릭 입력 횟수 '2회'가 기록되게 된다. 이에 따라, 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보는 제1 판매 기간(1개월) 동안에 발생한 검색 리스팅에 대한 상품 검색자(130)의 대한 클릭 입력 경향을, 예컨대 본 시스템의 운영자가 가



능할 수 있도록 하며, 더불어 차기 제2 판매 기간 동안의 광고 비용 산정에도 활용  
할 수 있게 한다.

<49> 제1 광고 비용 생성 수단(250)은 저장된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 소정의 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 장치이다. 즉, 제1 광고 비용 생성 수단(250)은 제1 판매 기간의 종료 시점까지 저장되는 판매가 합산 및 클릭 입력 횟수에 각각 설정된 판매 수수료 및 단위 클릭 비용을 연산 적용하여 상이한 기준의 두 개의 광고 비용을 산정하는 역할을 수행한다. 상술한 것과 같이, 판매가 광고비는 검색 리스팅에 포함되는 판매가에 의거하여 산출되는 광고 비용이며, 클릭 광고비는 검색 리스팅에 대한 클릭 입력 횟수, 즉 상품 검색자(130)의 인터넷 쇼핑물 접속 연결 횟수에 의거하여 산출되는 광고 비용을 의미하게 된다. 이러한, 두 개의 광고 비용의 산정은 종래의 CPC에 의한 비용 산출 또는 매출가에 의한 비용 산출의 문제점을 극복하고자 상호 보완적인 광고 비용의 산정을 위한 것이다. 예컨대, 도 3c에서는 판매 수수료가 0.2%( $\times 0.002$ )이고, 단위 클릭 비용이 60원으로 설정되는 것을 가정한다. 이에 따라, 판매자 '바이이즈'에게 산정되는 판매가 광고비는 '₩ 9,200'( $=460\text{만원} \times 0.002$ )이고, 클릭 광고비는 '₩ 9,000'( $=150 \times 60\text{원}$ )이 된다. 이러한 판매 수수료 또는 단위 클릭 비용은 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 설정, 조정, 변경할 수 있으며, 예컨대 클릭 수수료율 및 구매 성사율의 소정 연산 조합에 의해 수치화 된 판매 수수료를 설정하는 것을 예시할 수 있다. 여기서, 판매 수수료는 판매가 광고비를 산정함에 있어서, 상품 판매가 중에서 소정의 비율을 판매가 광고비로 산정

할 것인가에 대해 설정되는 정보를 의미할 수 있으며, 보다 상세한 설명은 후술한다.

<50> 제2 광고 비용 생성 수단(260)은 생성된 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2 판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 생성하는 장치이다. 제2 판매 기간은 제1 판매 기간의 종료와 함께 개시되는 광고 비용의 산정 기간으로, 본 실시예에서는 제1 판매 기간 동안 저장된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 제2 판매 기간의 예측 광고비를 산출하여 판매자에게 부가하게 된다. 즉, 제2 광고 비용 생성 수단(260)은 생성된 판매가 광고비와 클릭 광고비를 비교하고 상대적인 비용 크기가 적은 값의 광고 비용을 예측 광고비로 결정하게 된다. 이에 따라, 도 3c에서 판매자 '바이이즈'에 부가되는 제2 판매 기간의 예측 광고비는 클릭 광고비 '₩ 9,000'이 되고, 판매자 '아웃렛'에게 부가되는 예측 광고비는 판매가 광고비 '₩ 7,000'이 된다. 또한, 제1 판매 기간의 판매가 광고비와 클릭 광고비가 동일하게 산정되는 판매자 'G마켓'에게는 '₩ 5,400'의 예측 광고비가 부가된다. 더불어, 제2 광고 비용 생성 수단(260)은 소정의 과금 제어 수단(도시하지 않음)을 제어하여 판매자에게 부가된 예측 광고비에 대한 결제 처리가 수행되도록 하며, 예컨대 판매자와 연관되는 소정의 계좌로부터 해당 예측 광고비가 차감되도록 한다.

<51> 따라서, 본 발명에 따르면 산정된 판매가 광고비 정보와 클릭 광고비 정보를 크기 비교하고 보다 적은 값으로 산정되는 광고 비용을 차기 판매 기간의 예측 광고비로 설정되도록 함으로써 합리적인 과금 결제가 가능하며, 판매자로 하여금 경

제적이면서 보다 효율적인 광고 효과를 얻어지도록 하는 이점이 있다.

<52>           본 실시예에서는 판매가 광고비와 클릭 광고비 중 적게 산정되는 광고 비용을 예측 광고비로 결정하는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이는 본 발명의 일 실시예이며, 예컨대 판매가 광고비와 클릭 광고비의 평균치를 예측 광고비로 결정하는 등의 다양한 예측 광고비 결정 방식이 있을 수 있음은 물론이다.

<53>           이하, 본 발명의 다른 실시예로서, 광고 예치금에 의해 판매자로 하여금 검색 리스팅의 광고 유지가 지속되도록 유도하는 것을 설명한다.

<54>           상술한 예측 광고비의 설명에서 시사하는 것과 같이, 본 발명의 제1 판매 기간에 대한 예측 광고비는 한정하여 결정하고 있지 않다. 즉, 제1 판매 기간은 제2 판매 기간의 예측 광고비 산정을 위한 정보 수집 기간이 될 수 있으며, 제1 판매 기간에 대해 부가되는 광고 비용은 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 결정하게 된다. 예컨대, 본 발명의 일 실시예에서는 판매자에 대한 서비스 보상 차원으로 제1 판매 기간 동안의 광고 비용을 부가하지 않을 수 있으며, 단 이를 악용하여 제1 판매 기간 동안에만 검색 리스팅에 의해 광고를 유지하는 판매자가 발생할 우려가 있을 수 있다. 이러한 문제점을 억제하고자, 본 발명의 상품 정보 제공 시스템 (200)은 판매자에게 소정 크기의 광고 예치금 정보를 전송하며, 이에 응답하여 판매자에 연관되는 계좌에 상기 광고 예치금 정보에 상응하는 금액을 입금한 판매자에 한하여 해당 검색 리스팅에 의한 광고, 즉 상품 검색자(130)에게 상품 정보의 제공이 가능하도록 할 수 있다. 이러한 광고 예치금은 광고 비용이 무료인 제1 판매 기간 동안에만 광고를 유지하는 판매자(또는 제1 판매 기간 내에 광고를 해지하

는 판매자 포함)에게 광고 비용으로 부가되도록 하는 금액이 되어, 판매자에게 환원하지 않고 광고 비용으로 차감하게 된다. 또한, 제1 판매 기간이 종료된 이후에도 광고를 유지하는 판매자에게는 광고 예치금이 차감된 예측 광고비가 부가되도록 함으로써 실질적인 제1 판매 기간 동안의 광고 무료 효과가 달성되도록 한다.

<55> 이러한 구성을 갖는 본 발명에 따른 상품 정보 제공 시스템(200)의 작업 흐름을 상세히 설명한다.

<56> 도 4a는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 상품 정보 제공 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이다.

<57> 본 실시예에 따른 상품 정보 제공 방법은 상술한 상품 정보 제공 시스템(200)에 의해 수행된다.

<58> 우선, 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스(210)를 유지한다(S410). 본 단계(S410)는 하나 이상의 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에 유지되는 상품 목록을 가공하여 생성되는 검색 리스팅을 저장하는 과정으로, 검색 리스팅은 상품을 판매하는 인터넷 쇼핑몰의 판매자 정보, 판매 가격에 관한 가격 정보, 링크 정보 등을 포함하게 된다(도 3a 참조).

<59> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신한다(S420). 본 단계(S420)는 특정 상품에 대한 정보 검색(가격 비교 검색)을 원하는 상품 검색자(130)로부터 상품 검색 요청을 수신하는 과정으로, 예컨대 상품 검색자(130)의 단말 수단(135) 상으로 제공되는 사

용자 인터페이스에, 상품 검색자(130)가 해당 상품과 관련되는 키워드를 입력함에 따라 발생하는 상품 검색 요청을 입력 받게 된다(도 3b 참조).

<60>        다음으로, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색 요청에 응답하여, 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상품 정보 데이터베이스(210)로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상품 검색자(130)에게 전송한다(S430). 본 단계(S430)는 상품 검색자(130)가 정보 제공받고자 하는 최적한 상품 정보를 선별하여 검색 결과로서 제공될 상품 검색 결과 목록을 생성하는 과정으로, 예컨대 상품 검색자(130)가 입력한 상품 검색어를 '대응 상품 검색어'로 포함하고 있는 검색 리스팅을 최적한 상품 정보로 판단하여 상품 정보 데이터베이스(210)로부터 추출하게 된다. 도 3b에서는 상품 검색어 '디오스냉장고'를 '대응 상품 검색어'로 보유하고 있는 판매자 '바이이즈'와 관련된 검색 리스팅 등이 추출되어 상품 검색 결과 목록에 배열 되는 것을 예시하고 있다. 또한, 본 단계(S430)에서의 상품 검색 결과 목록은 가격 비교 서비스라는 본 발명의 목적에 맞게 추출된 검색 리스팅을 판매 가격에 기준하여 정렬되도록 생성할 수 있으며, 도 5a를 참조하여 설명한다.

<61>        도 5a는 본 발명의 상품 검색 결과 목록에 위치되는 검색 리스팅을 배열하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<62>        도 5a에 도시한 바와 같이, 상품 정보 제공 시스템(200)은 추출된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을, 검색 리스팅의 판매가 정보에 기초한 소정의 배열 순서에 따라 정렬(sorting)한다(S510). 본 단계(S510)는 추출된 검색 리스팅을, 각 인

터넷 쇼핑몰에서 제시하는 판매 가격에 기준하여 배열 되는 상품 검색 결과 목록을 생성하는 과정으로, 특히 검색 리스팅의 배열 순서는 판매가가 적은 순서에 따라 결정되도록 한다. 이에 따라, 본 발명은 상품 검색자(130)로 하여금 동일 상품에 대해 각 인터넷 쇼핑몰에서 판매되는 가격 정보를 일목 요원하게 확인할 수 있도록 하며, 인터넷 쇼핑몰 간의 가격 오픈에 의한 가격 경쟁을 유발하여 좋은 상품을 저렴한 가격으로 공급할 수 있도록 유도하는 효과를 얻을 수 있게 한다.

<63> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)로부터 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 클릭 입력을 수신한다(S440). 본 단계(S440)는 특정의 판매자와의 접속을 원하는 상품 검색자(130)의 의사를 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)에 전송하는 과정으로, 상품에 대한 가격 비교 정보를 제공 받은 상품 검색자(130)가 해당 인터넷 쇼핑몰로의 접속을 위해 예컨대, 핫-키 '바로가기'를 클릭 함으로써 특정의 검색 리스팅에 대한 선택이 이루어지도록 한다. 또한, 본 단계(S440)에서 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 입력이 이루어진 검색 리스팅에 포함되는 링크 정보(예, URL, IP 주소, 도메인 등)를 참조하여 상품 검색자(130)를 해당 인터넷 쇼핑몰 서버(110)에 접속 연결되도록 함으로써, 상품 검색자(130)의 실질적인 상품의 구매, 동일 인터넷 쇼핑몰에 서의 타 상품 구매 등이 유도되도록 할 수 있다.

<64> 계속해서, 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 입력 수신에 응답하여, 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매가 정보를 참조하여 판매가 합산 정보를 생성하여 저장한다(S450). 본 단계(S450)는 소정 기간(제1 판매 기간) 동안 상품 검색자(13

0)의 클릭 선택이 이루어진 검색 리스팅의 판매가를 누계하는 과정으로, 특히 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매자 식별 정보를 참조하여 판매자 별로 판매가가 합산되도록 한다. 즉, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)의 접속 연결을 유발한 상품의 판매가를, 판매자 각각에 대해 누계하게 되며, 제1 판매 기간이 종료되는 시점까지 누계된 판매가 총합을 판매가 합산 정보로서 생성하게 된다.

<65> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 저장된 판매가 합산 정보를 참조하여 소정의 판매 수수율에 따라 판매가 광고비 정보를 판매자 별로 생성한다(S460). 본 단계(S460)는 판매가 합산 정보로서 저장되는 판매가 총합에 설정된 판매 수수율을 연산 적용하여 차기 판매 기간(제2 판매 기간) 동안의 광고 비용을 산정하는 과정이다. 판매 수수율은 판매가 광고비를 산출하기 위한 연산 가중치일 수 있으며, 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 임의적으로 설정하게 되며, 예컨대 「매출 수수율  $\times$  구매 성사율」의 연산에 따라 산술적으로 설정할 수 있다. 판매자에게 부가되는 광고 비용은 판매가에 대한 관점에서 정의하는 경우에 「판매 가격  $\times$  판매 수수율」(제1식)이 되고, 이를 실제 구매가 이루어지는 매출가에 대한 관점에서 정의하는 경우에 광고 비용은 「매출 가격  $\times$  매출 수수율」이 된다. 이 때, 매출 가격은 「판매 가격  $\times$  구매 성사율」로 표시할 수 있게 되어, 결국 광고 비용은 「판매 가격  $\times$  구매 성사율  $\times$  매출 수수율」(제2식)으로 정의할 수 있다. 상기 제1식 및 제2식을 대비하면, 판매 수수율은 「매출 수수율  $\times$  구매 성사율」로 정의할 수 있게 된다. 일반적으로, 매출 수수율은 광고를 대행하는 서비스 업체(바람직하게는 본 시스템의 운영자)에서 임의로 설정되며, 구매

성사율은 접속 연결이 이루어진 상품 검색자(130)의 실제 구매와 관련되는 정보를 각 판매자로부터 수집하여 획득할 수 있다.

<66>           이하, 본 발명에 따른 판매 수수율의 설정에 대한 다른 실시예로서, 소정 기간에 산출된 클릭 광고 비용에 기반하여 최적한 판매 수수율을 설정하는 것을 설명한다.

<67>           도 3d는 본 발명에 따른 판매 수수율의 설정 일예를 설명하기 위한 도면이다.

<68>           도 3d에서는 도 3c에 산정되는 1개월 동안의 클릭 광고비에 근거하여 판매 수수율을 설정하는 것을 예시하고 있다. 우선, 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)은 소정 기간 동안(본 실시예에서는 한달)의 판매자 각각에 대한 클릭 입력 횟수와 판매가를 참조하여 클릭 광고 비용과 판매자 각각에 대한 판매가 합산을 산출하게 된다. 이후, 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매가 합산에 상이한 하나 이상의 더미 판매 수수율(0.19%, 0.20%, 0.21% 등)을 적용하여, 판매자 각각에 대한 판매가 광고비를 생성하고, 각 더미 판매 수수율을 기준으로 상기 생성된 판매가 광고비의 총합을 산출하게 된다. 도 3d에서, 더미 판매 수수율이 0.19%일 경우, 판매가 광고비의 총합은 20,520원으로 클릭 광고비 '21,600원'의 95% 수준이 되며, 반면 더미 판매 수수율이 0.20%일 경우, 판매가 광고비의 총합은 21,600원으로 클릭 광고비 '21,600원'의 100% 수준이 된다. 이에 따라, 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매가 광고비의 총합이, 클릭 광고비의 총합에 최근접하는 경우에서 적용된 하나의 더미 판매 수수율 '0.20%'를, 해당 판매자에게 적용되는 판매 수수율로



서 결정하게 된다. 이러한, 판매 수수율은 판매자 각각에 대한 매출 성향이나 광고 계약 유지 수준 또는 적용되는 시기나 기간에 따라 또는 판매자에 따라 서로 다르게 정의될 수 있음은 물론이다. 따라서, 광고 비용의 산정에 있어서, 클릭 광고 비용의 판매자 부과시 판매 상품의 판매 가격이 낮은 쇼핑몰에서 형평성이 상실되는 문제점을 보완하기 위한 판매가에 기반한 광고 비용의 산출을 가능하게 하는 효과를 얻을 수 있다.

<69> 이하, 본 발명의 다른 실시예로서, 검색 리스팅에 대한 상품 검색자(130)의 클릭 입력 횟수에 기반하여 산정되는 광고 비용에 대해 설명한다.

<70> 도 4b는 본 발명의 다른 실시예 따른 클릭 광고비 및 예측 광고비를 생성하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<71> 본 실시예에서는 제1 판매 기간 동안, 상품 검색자(130)를 특정 인터넷 쇼핑몰 서버(120)에 접속 연결시키는 것에 근거하여 광고 비용, 즉 클릭 광고비를 산정하게 된다.

<72> 이를 위해, 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 입력 수신에 응답하여, 클릭 선택 정보를 제1 판매 기간에 대하여 선택된 검색 리스팅의 판매자 별로 생성하여 저장한다(S461). 본 단계(S461)는 제1 판매 기간 동안, 상품 검색자(130)를 특정의 인터넷 쇼핑몰 서버(120)로 접속 연결시키는 총 횟수, 예컨대 상품 검색자(130)가 핫-키 '바로가기'를 클릭 입력하는 총 횟수를 측정하는 과정이다. 특히, 본 단계(S461)에서 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 입력이 이루어진 검색 리스팅과 관련되는 판매자 별로 클릭 선택 정보를 독립적으로 생성하게 되며, 이를 통해

판매자 각각으로 소정 기간(판매 기간) 동안에 접속 연결이 이루어진 상품 검색자(130)의 수를 통계적으로 확인할 수 있도록 한다. 예컨대, 도 3c에서는 판매자 '바이이즈'와 관련하여 제1 판매 기간 동안 생성된 클릭 선택 정보로서 '150회'가 저장되는 것을 예시하고 있으며, 이에 따라 본 발명에 구현되는 중개 쇼핑몰(110)을 경유하여 인터넷 쇼핑몰 '바이이즈'로 접속 연결시킨 상품 검색자(130)의 수가 '150명'임을 확인하게 된다.

<73>

또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 선택 정보에 기초하여 소정의 단위 클릭 비용에 따라 클릭 광고비 정보를 생성한다(S462). 본 단계(S462)는 클릭 선택 정보로서 저장되는 클릭 입력 횟수에 설정된 단위 클릭 비용을 연산 적용하여 차기 판매 기간(제2 판매 기간) 동안의 광고 비용을 산정하는 과정이다. 즉, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)를 접속 연결시키는 횟수에 근거한 클릭 광고비를 산출함으로써 상기 산출된 판매가 광고비에 의해 야기될 수 있는 문제점(예, 실제 구매 없이 높은 판매가로 인해 광고비만이 높게 산정되는 것 등)에 대한 보완으로 사용될 수 있도록 한다. 단위 클릭 비용은 클릭 광고비를 산출하기 위한 연산 가중치일 수 있으며, 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 임의적으로 설정하게 된다. 도 3c에서는 단위 클릭 비용으로서 60원이 설정되는 것을 예시하고 있으며, 이에 따라 상품 검색자(130)의 접속 연결 횟수에 기반한 광고 비용의 산출을 위한 본 발명의 목적을 충실히 이행하는 효과를 얻을 수 있다.

<74>

다음으로, 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2 판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 판매자 별로 생성

한다(S463). 본 단계(S463)는 생성된 클릭 광고비와 기 산정된 판매가 광고비에 대한 크기 비교를 수행하고, 소정의 결정 조건을 만족하는 하나의 광고 비용을 차기 판매 기간의 예측 광고비로 결정하는 과정이다.

<75> 이를 위해 본 단계(S463)는 예측 광고비를 결정하는 세부 단계를 포함할 수 있으며, 우선 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매가 광고비 및 상기 클릭 광고비를 비교한다(S463-1). 본 단계(S463-1)는 상이한 조건 하에서 산출되는 두 개의 광고 비용에 대한 크기 비교를 수행하는 과정으로, 판매가 광고비에 대한 클릭 광고비의 상대적 대소 관계를 판단하게 된다.

<76> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 판매가 광고비 및 상기 클릭 광고비 중에서 적은 값을 예측 광고비로 결정한다(S463-2). 본 단계(S463-2)는 크기 비교를 통해 상대적인 크기가 적게 산출된 광고 비용을 차기 판매 기간의 예측 광고비로 결정하는 과정으로, 이를 통해 보다 저렴하고 합리적인 광고 비용이 부과되도록 하는 효과를 얻을 수 있다.

<77> 본 실시예에서의 예측 광고비 결정에 있어서, 비용 크기가 적게 산출되는 광고 비용을 예측 광고비로 결정하는 것을 예시하여 설명하고 있지만, 이외에 판매가 광고비와 클릭 광고비의 평균값, 또는 비용 크기가 높게 산출되는 광고 비용을 예측 광고비로 결정하는 등의 다양한 결정 방식이 있을 수 있음은 물론이다.

<78> 계속해서, 상품 정보 제공 시스템(200)은 생성된 예측 광고비 정보를 판매자에게 전송한다(S464). 본 단계(S464)는 결정된 차기 판매 기간 동안의 광고 비용에 관한 정보를 판매자에게 제공하여 해당 금액에 대한 과금 처리가 이루어지도록

하는 과정으로, 예컨대 예측 광고비에 상응하는 소정 비용이 판매자와 연관된 계좌에 입금되도록 유도하게 된다. 즉, 본 단계(S646)에서 상품 정보 제공 시스템(200)은 소정의 과금 제어 수단(도시하지 않음)을 제어하여 판매자에게 부가된 예측 광고비에 대한 결제 처리를, 예컨대 판매자와 연관되는 소정의 계좌로부터 해당 예측 광고비가 차감되도록 함으로써 수행하게 된다.

<79> 또한, 본 발명의 다른 실시예로서, 결정된 예측 광고비의 소정 단위에 대한 절삭 처리를 수행하는 것에 대해 설명한다.

<80> 도 5b는 본 발명에 따른 예측 광고비에 대한 단위 버림 처리를 수행하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<81> 본 실시예의 단위 버림 처리는 상기 예측 광고비를 결정하는 단계(S463-2)에 포함되어 수행될 수 있다.

<82> 즉, 상품 정보 제공 시스템(200)은 결정된 예측 광고비에 대해 소정 자리수 이하에 대한 단위 버림 처리를 수행한다(S520). 본 단계(S520)는 광고 비용에 대한 과금 결제의 용이한 처리 및 판매자에 대한 광고 비용 감면 혜택을 위해 소정 이하의 자릿수를 '0'으로 대체하는 과정이다. 이러한, 단위 버림 처리가 이루어지는 자릿수는 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 설정될 수 있으며, 예컨대 예측 광고비의 총 자릿수가 N인 경우, N-1 자리 이하를 '0'으로 처리되도록 할 수 있다. 이에 따라, 도 3c에서 판매자 'G마켓'에게 결정되는 예치 광고비는 '₩ 5,400'에 단위 버림 처리를 수행한 '₩ 5,000'이 결정되도록 할 수 있다.

<83> 따라서, 본 발명에 의하면 단위 버림 처리에 의해 판매자에게 보다 저렴한 광고 비용이 부가되도록 할 수 있을 뿐만 아니라, 판매자에게 광고 절약 혜택이 부여되도록 하여 지속적인 광고 계약을 유도하는 효과를 얻게 한다.

<84> 이하, 본 발명의 또 다른 실시예로서, 예측 광고비의 판매자 전송에 따른 과금 처리에 있어서, 광고 예치금의 사전 입금에 따라 판매자의 지속적인 광고 계약을 유도하는 것에 대해 설명한다.

<85> 도 6은 본 발명의 따른 광고 예치금의 입금에 따라 판매 기간에서의 광고 비용을 결정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<86> 도 6에 도시한 바와 같이, 상품 정보 제공 시스템(200)은 제1 판매 기간에 대한 소정의 광고 예치금 정보를 판매자에게 전송한다(S610). 본 단계(S610)는 기 설정된 광고 예치금에 관한 정보를 판매자에게 전송하고, 소정의 계좌로 광고 예치금에 상당하는 금액이 입금되도록 해당 판매자를 유도하는 과정이다. 광고 예치금은 제1 판매 기간에 대한 대안(對案)적인 보증 비용을 의미할 수 있으며, 본 실시예에서 무료로 광고 서비스되는 제1 판매 기간 중에 광고 해지를 발생하는 판매자에게 부가하여 과금 처리되도록 하는 비용이 될 수 있다. 즉, 광고 예치금은 무료인 제1 판매 기간 동안에만 광고 서비스 계약을 유지하는 판매자의 발생을 억제하며, 제2 판매 기간에도 광고 서비스 계약을 유지하는 판매자에 한하여 제1 판매 기간의 광고 비용이 무료가 되도록 함으로써 판매자의 광고 서비스 계약이 유지되도록 유도하는 역할을 하게 된다.

<87> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 제1 판매 기간 내에 소정 판매자로부터

광고 해지 요청이 수신되는가를 판단한다(S620). 본 단계(S620)는 광고 서비스의 계약 중지에 관한 광고 해지 요청의 수신을 판단하는 과정으로, 제1 판매 기간 동안에만 광고 서비스(상품 검색어에 대응하여 해당 검색 리스팅을 추출시키는 서비스)가 유지되도록 하는 판매자 의사를 확인하게 된다.

<88> 만약, 제1 판매 기간 동안에 판매자로부터 광고 해지 요청이 수신되지 않는 경우(S620의 No 방향), 상품 정보 제공 시스템(200)은 제1 판매 기간에 대한 광고 비용을 결정하지 않는다(S630). 본 단계(S630)는 판매자에게 제2 판매 기간 동안에도 광고 서비스 계약을 유지시키고자 하는 의사가 있는 것을 확인하고, 제1 판매 기간에 대한 광고 비용을 '0'으로 결정하는 과정이다.

<89> 이어서, 상품 정보 제공 시스템(200)은 예측 광고비로부터 광고 예치금을 차감하여 제2 판매 기간에 대한 광고비 청구 정보를 생성한다(S640). 본 단계(S640)는 제2 판매 기간에 대해 실제 과금되는 광고 비용을 광고비 청구 정보로서 생성하는 과정으로, 계좌에 보유되는 광고 예치금에 대한 과금 처리를 수행한 이후에, 예측 광고비의 잔여 분에 상응하는 추가적인 비용 입금을 유도하는 과정이다. 예컨대, 광고 예치금으로서 '1,000원'이 소정의 계좌에 보유되는 조건 하에서, 도 3c와 같은 '₩ 9,000' 예측 광고비가 판매자 '바이이즈'에 부가되는 것을 가정하는 경우, 본 발명의 상품 정보 제공 시스템(200)은 제2 판매 기간에 대한 광고비 청구 정보로 '₩ 8,000'( $=9,000-1,000$ )을 생성할 수 있다.

<90> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 생성된 광고비 청구 정보를 판매자에게 전송한다(S650). 본 단계(S650)는 제2 판매 기간에 부가되는 광고 비용을 판매자

에게 공지하고, 전송된 광고비 청구 정보에 상응하는 금액이 과금되도록 하는 상태, 예컨대 소정의 계좌에 추가적인 금액 입금이 이루어지도록 해당 판매자를 유도하는 과정이다.

<91>            반면, 제1 판매 기간 동안에 판매자로부터 광고 해지 요청이 수신하는 경우 (S620의 Yes 방향), 상품 정보 제공 시스템(200)은 제1 판매 기간에 대한 광고 비용을 광고 예치금으로 결정한다(S660). 본 단계(S650)는 판매자에게 광고 서비스 계약을 제2 판매 기간까지 지속시킬 의사가 없음을 확인하고, 일종의 패널티로서 제1 판매 기간 동안의 광고 비용이 부가되도록 하는 과정이다. 특히, 본 단계 (S660)에서 상품 정보 제공 시스템(200)은 소정의 계좌에 보유하고 있던 광고 예치금을 제1 판매 기간에 대한 광고 비용으로 결정되도록 함으로써 추가적인 금액의 입금 없이 과금 처리가 수행되도록 한다.

<92>            따라서, 본 발명에 의하면, 제2 판매 기간에 대해서도 지속적인 광고 서비스 계약을 유지하는 판매자에 대해서만 제1 판매 기간에 대한 광고 비용이 무료 처리되도록 함으로써 판매자의 중도 이탈이 억제되도록 하는 효과를 얻을 수 있다.

<93>            이하, 본 발명의 또 다른 실시예로서, 상품 검색 요청을 하는 상품 검색자 (130)의 검색 경향에 대한 통계 정보를 수집하는 것에 대해 설명한다.

<94>            도 7은 본 발명에 따른 상품 검색자의 검색 경향에 대한 검색 이력 정보를 생성하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

<95>            우선, 상품 정보 제공 시스템(200)은 복수의 상품 검색자(130)에 대한 기본 신상 정보를 저장하기 위한 사용자 정보 데이터베이스를 유지한다(S710). 본 단계

(S710)는 상품 검색자(130)의 개인 정보 데이터를 기록 유지하는 과정으로, 예컨대 상품 검색자(130) 각각으로 할당되는 사용자 정보 데이터베이스(도시하지 않음)의 저장 영역으로 사용자 인증과 관련되는 개인 정보 데이터를 저장하게 된다. 이러한 기본 신상 정보는 예컨대, 상품 검색자(130)가 본 시스템이 운영되는 서버에 최초 접속 시에 상품 검색자(130)로부터 입력 받을 수 있으며, 상품 검색자(130)의 요청에 따라 수시로 갱신 저장 처리될 수 있다. 이러한 기본 신상 정보에는 사용자 인증을 위한 상품 검색자(160)의 이름, 사용자 식별자(회원 아이디), 비밀번호, 전화 번호/휴대폰 번호, 성별과 생년월일을 판단할 수 있는 주민등록번호 등을 포함할 수 있다.

<96> 또한, 상품 정보 제공 시스템(200)은 상품 검색자(130)로부터 수신되는 소정의 로그인 요청에 응답하여, 사용자 정보 데이터베이스를 참조한 상품 검색자의 인증 처리를 수행한다(S720). 본 단계(S720)는 상품 검색자(130)로부터 사용자 인증에 필요한 사용자 식별자 또는 비밀번호를 입력 받는 과정으로, 예컨대 사용자 인증과 관련된 사용자 인터페이스(UI)에 상품 검색자(130)에 의해 입력되는 사용자 식별자 또는 비밀번호가 일치하는 경우, 해당 상품 검색자(130)에 대한 인증 처리가 이루어지도록 한다.

<97> 다음으로, 상품 정보 제공 시스템(200)은 클릭 입력 수신에 응답하여, 선택된 검색 리스팅과 연관된 상품 검색 이력 정보를 생성하여 사용자 정보 데이터베이스에 저장한다(S730). 본 단계(S730)는 검색 리스팅에 대한 상품 검색자(130)의 클릭 입력이 발생하는 경우, 상품 검색자(130)의 검색 경향에 대한 정보를 기록하



는 상품 검색 이력 정보를 생성하는 과정이다. 즉, 본 단계(S730)에서의 상품 정보 제공 시스템(200)은 로그인 상태에서의 상품 검색자(130)가 발생시킨 상품 검색 요청을 위한 상품 검색어, 이에 대응하여 추출되는 검색 리스팅의 종류, 실제 상품 검색자(130)에 클릭 입력한 검색 리스팅 등에 대한 이력 데이터를 기록하게 된다. 이러한 이력 데이터는 상품 검색자(130)의 예컨대, 성별, 연령, 직업 등에 따라 분류, 정리되어 판매자 또는 본 시스템의 운영자에게 제공될 수 있으며, 이에 따라 각 상품에 대한 판매자의 판매 전략을 수립하는 데에 기여되도록 하는 이점이 있다.

<98> 본 발명의 실시예들은 다양한 컴퓨터로 구현되는 동작을 수행하기 위한 프로그램 명령을 포함하는 컴퓨터 판독 가능 매체를 포함한다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체는 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체, CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체, 플롭티컬 디스크와 같은 자기-광 매체, 및 롬, 램, 플래시 메모리 등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 상기 매체는 프로그램 명령, 데이터 구조 등을 지정하는 신호를 전송하는 반송파를 포함하는 광 또는 금속선, 도파관 등의 전송 매체일 수도 있다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행

될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다.

<99> 도 8은 본 발명에 따른 상품 정보 제공 방법을 수행하는 데 채용될 수 있는 범용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

<100> 컴퓨터 장치(800)는 램(RAM: Random Access Memory)(820)과 롬(ROM: Read Only Memory)(830)을 포함하는 주기억장치와 연결되는 하나 이상의 프로세서(810)를 포함한다. 프로세서(810)는 중앙처리장치(CPU)로 불리기도 한다. 본 기술분야에서 널리 알려져 있는 바와 같이, 롬(830)은 데이터(data)와 명령(instruction)을 단방향성으로 CPU에 전송하는 역할을 하며, 램(820)은 통상적으로 데이터와 명령을 양방향성으로 전송하는 데 사용된다. 램(820) 및 롬(830)은 컴퓨터 판독 가능 매체의 어떠한 적절한 형태를 포함할 수 있다. 대용량 기억장치(Mass Storage)(840)는 양방향성으로 프로세서(810)와 연결되어 추가적인 데이터 저장 능력을 제공하며, 상기된 컴퓨터 판독 가능 기록 매체 중 어떠한 것일 수 있다. 대용량 기억장치(840)는 프로그램, 데이터 등을 저장하는데 사용되며, 통상적으로 주기억장치보다 속도가 느린 하드 디스크와 같은 보조기억장치이다. CD 롬(860)과 같은 특정 대용량 기억장치가 사용될 수도 있다. 프로세서(810)는 비디오 모니터, 트랙볼, 마우스, 키보드, 마이크로폰, 터치스크린 형 디스플레이, 카드 판독기, 자기 또는 종이 테이프 판독기, 음성 또는 필기 인식기, 조이스틱, 또는 기타 공지된 컴퓨터 입출력장치와 같은 하나 이상의 입출력 인터페이스(850)와 연결된다. 마지막으로, 프로세서(810)는 네트워크 인터페이스(870)를 통하여 유선 또는 무선 통신 네트워크에 연결될 수 있다. 이러한 네트워크 연결을 통하여 상기된 방법의 절차를 수행

할 수 있다. 상기된 장치 및 도구는 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어 기술 분야의 당업자에게 잘 알려져 있다.

<101>           상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있다.

<102>           지금까지 본 발명에 따른 구체적인 실시예에 관하여 설명하였으나, 본 발명의 범위에서 벗어나지 않는 한도 내에서는 여러 가지 변형이 가능함은 물론이다.

<103>           또한, 본 발명에 따른 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템은, 가격 비교 쇼핑몰에서 구현되며 가격 비교 서비스와 관련된 소정의 계약 관계에 있는 광고주에게 합리적인 광고 비용을 부가하기 위한 것으로 설명하였으나, 이는 설명의 편의를 위한 것일 뿐, 소정 조건하에서 상품 정보를 노출시키고 광고주에게 다양한 광고 효과를 발생되도록 하는 모든 응용예에도 적용될 수 있음은 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가지는 자에게 자명하다고 할 것이다. 예를 들어, 소정의 상품에 대한 배너 광고를 게재하고, 그에 대한 광고료를 광고주에게 과금하는 경우에도 본 발명이 적용 가능하다.

<104>           그러므로, 본 발명의 범위는 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 안되며, 후술하는 특허 청구의 범위뿐 아니라 이 특허 청구의 범위와 균등한 것들에 의해 정해져야 한다.

<105>           이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 이는 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다.

따라서, 본 발명 사상은 아래에 기재된 특허 청구 범위에 의해서만 파악되어야 하고, 이의 균등 또는 등가적 변형 모두는 본 발명 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

### 【발명의 효과】

<106>        이상의 설명에서 알 수 있는 바와 같이, 본 발명에 따르면, 소정 기간 동안의 클릭 입력 횟수 및 클릭 입력을 유발한 상품의 판매가 총합을 참조하여 각각의 광고 비용을 산정하고, 상대 크기가 작은 광고 비용을 예측 광고비로서 판매자에게 부가시킴으로써 상호 보완적인 광고 비용의 결정이 이루어지도록 하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공할 수 있다.

<107>        또한, 본 발명에 따르면, 상품 검색어에 대응하여 추출되는 검색 리스팅을 판매가 정보에 기준하여 배열되도록 함으로써 동일 상품에 대해 각 인터넷 쇼핑몰에서 판매되는 가격 정보를 일목 요원하게 확인할 수 있을 뿐만 아니라, 인터넷 쇼핑몰 간의 가격 오픈에 의한 가격 경쟁을 유발하여 좋은 상품을 저렴한 가격으로 공급할 수 있도록 유도하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공할 수 있다.

<108>        또한, 본 발명에 따르면, 판매자로부터 입력된 광고 예치금을 이용하여 제2 판매 기간에 대해서도 지속적인 광고 서비스 계약을 유지하는 판매자에 대해서만 제1 판매 기간에 대한 광고 비용이 무료 처리되도록 함으로써 판매자의 중도 이탈이 억제되도록 하는 상품 정보 제공 방법 및 상품 정보 제공 시스템을 제공할 수

있다.

## 【특허청구범위】

### 【청구항 1】

검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보를 제공하는 방법에 있어서,

판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스를 유지하는 단계;

상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 단계;

상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 단계;

상기 상품 검색자로부터 상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 클릭 입력을 수신하는 단계;

상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 상기 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매가 정보를 참조하여 판매가 합산 정보를 생성하여 저장하는 단계; 및

상기 저장된 판매가 합산 정보를 참조하여 소정의 판매 수수료에 따라 판매가 광고비 정보를 판매자 별로 생성하는 단계

를 포함하고,

판매가 합산 정보를 생성하는 상기 단계는,

제1 판매 기간 동안 상기 선택된 검색 리스팅에 포함된 판매자 식별 정보를 참조하여 판매자 별로 상기 선택된 검색 리스팅의 판매가를 누적하여 합산하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 2】

제1항에 있어서,

상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 클릭 선택 정보를 상기 제1 판매 기간에 대하여 상기 선택된 검색 리스팅의 판매자 별로 생성하여 저장하는 단계;

상기 클릭 선택 정보에 기초하여 소정의 단위 클릭 비용에 따라 클릭 광고비 정보를 생성하는 단계;

상기 판매가 광고비 정보 및 상기 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2 판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 판매자 별로 생성하는 단계; 및

상기 생성된 예측 광고비 정보를 판매자에게 전송하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 3】

제2항에 있어서,

예측 광고비 정보를 생성하는 상기 단계는,

상기 판매가 광고비 및 상기 클릭 광고비를 비교하는 단계; 및

상기 판매가 광고비 및 상기 클릭 광고비 중에서 적은 값을 상기 예측 광고비로 결정하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### 【청구항 4】

제1항에 있어서,

상품 검색 결과 목록을 생성하는 상기 단계는,

상기 추출된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을, 상기 추출된 검색 리스팅의 판매가 정보에 기초한 소정의 배열 순서에 따라 정렬(sorting)하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### 【청구항 5】

제4항에 있어서,

상기 배열 순서는 상기 판매가가 적은 순서에 따라서 결정되는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### 【청구항 6】

제2항에 있어서,

상기 제1 판매 기간에 대한 소정의 광고 예치금 정보를 판매자에게 전송하는 단계;

상기 예측 광고비로부터 상기 광고 예치금을 차감하여 상기 제2 판매 기간에 대한 광고비 청구 정보를 생성하는 단계; 및

상기 생성된 광고비 청구 정보를 상기 판매자에게 전송하는 단계;

를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.



### 【청구항 7】

제2항에 있어서,

상기 제1 판매 기간에 대한 소정의 광고 예치금 정보를 판매자에게 전송하는 단계; 및

상기 제1 판매 기간 내에 상기 판매자로부터 광고 해지 요청을 수신하는 경우, 상기 광고 예치금을 상기 제1 판매 기간에 대한 광고비로 결정하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 8】

제2항에 있어서,

상기 제1 판매 기간 내에 상기 판매자로부터 광고 해지 요청이 수신되지 않는 경우, 상기 제1 판매 기간에 대한 광고비를 결정하지 않는 단계를

를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 9】

제3항에 있어서,

예측 광고비를 결정하는 상기 단계는 소정의 단위 버림 처리를 수행하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 10】

제1항에 있어서,

복수의 상품 검색자들에 대한 기본 신상 정보를 저장하기 위한 사용자 정보

데이터베이스를 유지하는 단계;

상기 상품 검색자로부터 수신되는 소정의 로그인 요청에 응답하여, 상기 사용자 정보 데이터베이스를 참조한 상기 상품 검색자의 인증 처리를 수행하는 단계;  
및

상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 상기 선택된 검색 리스팅과 연관된 상품 검색 이력 정보를 생성하여 상기 사용자 정보 데이터베이스에 저장하는 단계

를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### **【청구항 11】**

제1항에 있어서,

소정 기간 동안의 상기 판매자 각각의 판매가 누적합에 하나 이상의 상이한 더미 판매 수수율을 적용하여, 상기 판매자 각각에 대한 판매가 광고비를 생성하는 단계

를 더 포함하고,

상기 판매 수수율은, 상기 소정 기간 동안에 발생하는 복수의 상기 판매자에 대한 상기 판매가 광고비의 총합이, 상기 소정 기간 동안의 발생한 복수의 상기 판매자에 대한 상기 클릭 광고비의 총합에 최근접하는 경우에서의 상기 적용된 더미 판매 수수율을 결정하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### **【청구항 12】**

검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보

를 제공하는 방법에 있어서,

판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한  
상품 정보 데이터베이스를 유지하는 단계;

상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는  
단계;

상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나  
이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결  
과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 단계;

상기 상품 검색자로부터 상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색  
리스팅을 선택하는 클릭 입력을 수신하는 단계;

상기 클릭 입력 수신에 응답하여, 제1 판매 기간에 대하여 판매가 합산 정보  
및 클릭 선택 정보를, 판매자 별로 생성하여 저장하는 단계;

상기 저장된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 소정의 판매가  
광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 단계;

상기 생성된 판매가 광고비 정보 및 상기 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2  
판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 생성하는 단계; 및

상기 생성된 예측 광고비 정보를 판매자에게 전송하는 단계

를 포함하고,

상기 제1 판매 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 판매자

별로 생성하여 저장하는 상기 단계는,

상기 선택된 검색 리스팅의 판매가 정보를 누적하여 상기 판매가 합산 정보를 생성하고, 상기 검색 리스팅에 대한 선택 횟수를 누계하여 상기 클릭 선택 정보를 생성하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 13】

제12항에 있어서,

상기 소정의 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 상기 단계는,

상기 판매자 식별 정보에 참조하여 상기 판매자 별로 저장된 판매가 합산 정보에 소정의 판매 수수율을 적용하여 판매가 광고비 정보를 생성하는 단계; 및

상기 판매자 별로 저장된 클릭 선택 정보에 소정의 단위 클릭 비용에 따라 클릭 광고비 정보를 생성하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

### 【청구항 14】

사용자에게 인터넷을 통하여 상품 정보를 제공하는 방법에 있어서,

판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스를 유지하는 단계;

적어도 하나 이상의 상품에 관한 상품 정보를 상기 사용자에게 제공하는 단계;

상기 사용자에게 제공된 적어도 하나 이상의 상품에 관한 상품 정보 중 어느 하나에 대한 상기 사용자의 선택을 입력 받는 단계;

상기 선택에 응답하여, 소정 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를, 판매자 별로 계산하는 단계;

상기 계산된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 소정의 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 단계;

상기 생성된 판매가 광고비 정보 및 상기 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2 판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 생성하는 단계; 및

상기 생성된 예측 광고비 정보를 판매자에게 전송하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

#### **【청구항 15】**

제14항에 있어서,

상기 소정 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 판매자 별로 생성하여 계산하는 상기 단계는,

상기 소정 기간 동안 사용자에게 의하여 선택된 각 판매자별 상품의 판매가를 합산하여 상기 판매가 합산 정보를 계산하는 단계; 및

각 판매자별로 각 판매자의 상품에 관한 상품 정보를 상기 소정 기간 동안 사용자가 클릭한 회수인 상기 클릭 선택 정보를 계산하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 방법.

## 【청구항 16】

제1항 내지 제15항 중 어느 한 항의 방법을 실행시키기 위한 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체.

## 【청구항 17】

검색자의 상품 검색 요청에 대한 상품 검색 결과 목록을 생성하여 상품 정보를 제공하는 시스템에 있어서,

판매자 식별 정보 및 판매가 정보를 포함하는 검색 리스팅을 저장하기 위한 상품 정보 데이터베이스;

상품 검색자로부터 상품 검색어를 포함하는 상품 검색 요청을 수신하는 인터페이스 수단;

상기 상품 검색 요청에 응답하여, 상기 상품 검색어와 연관된 적어도 하나 이상의 검색 리스팅을 상기 상품 정보 데이터베이스로부터 추출하여 상품 검색 결과 목록을 생성하고 상기 상품 검색자에게 전송하는 목록 생성 수단;

상기 상품 검색 결과 목록 중에서 어느 하나의 검색 리스팅을 선택하는 상기 상품 검색자의 클릭 입력 수신에 응답하여, 제1 판매 기간에 대하여 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를, 판매자 별로 생성하여 저장하는 기록 제어 수단;

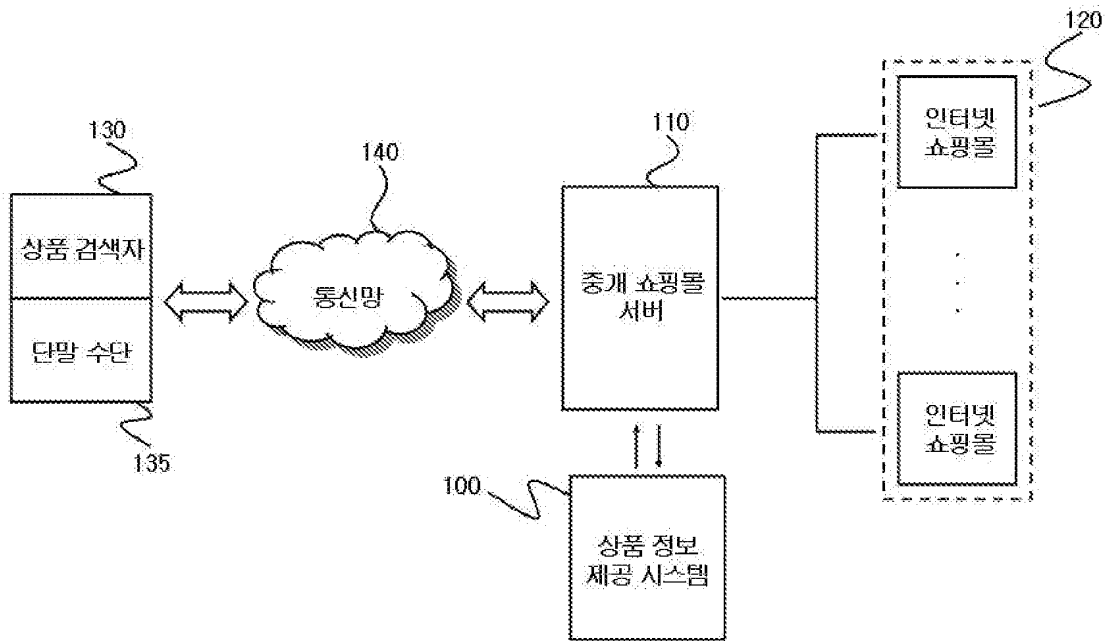
상기 저장된 판매가 합산 정보 및 클릭 선택 정보를 참조하여 소정의 판매가 광고비 정보 및 클릭 광고비 정보를 생성하는 제1 광고 비용 생성 수단; 및

상기 생성된 판매가 광고비 정보 및 상기 클릭 광고비 정보에 기초하여, 제2

판매 기간에 대한 예측 광고비 정보를 생성하는 제2 광고 비용 생성 수단을 포함하는 것을 특징으로 하는 상품 정보 제공 시스템.

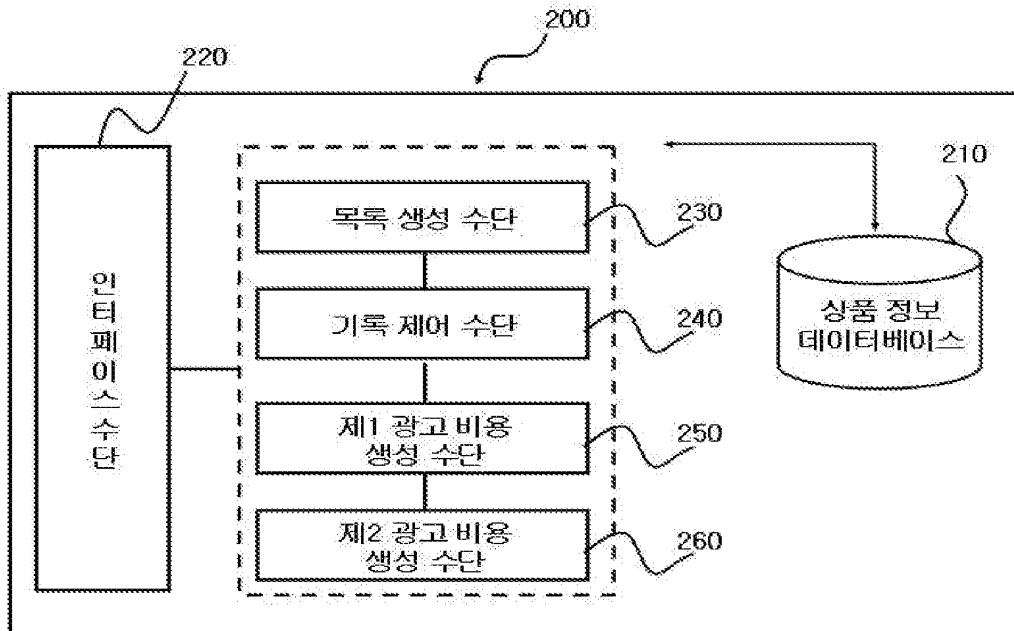
【도면】

【도 1】





【도 2】



【도 3a】

<상품 정보 데이터베이스>

상품	대응 상품 검색어	판매사	판매가	링크
디오스냉장고 R-S584GMJ	[LG] [디오스] [냉장고]	바이이즈	849,000	<a href="http://www.buyis.co.kr">http://www.buyis.co.kr</a>
디오스냉장고 R-S584GMJ	[LG] [LG전차] [냉장고]	아웃렛	860,000	<a href="http://www.outlet.co.kr">http://www.outlet.co.kr</a>
디오스냉장고 R-S584GMJ	[양문형] [디오스] [냉장고]	G마켓	860,500	<a href="http://www.gmarket.co.kr">http://www.gmarket.co.kr</a>
삼성PC카메라 DIGIMAX 35 Duo	[삼성] [카메라]	바이이즈	95,000	<a href="http://www.buyis.co.kr">http://www.buyis.co.kr</a>

【도 3b】

쇼핑통합검색 > 디오스냉장고 검색			
판매물	상품명	판매가	쇼핑물 이동
	[LG][디오스 냉장고][R-S584GMJ]	849,000 <del>859,000</del>	 바로가기
 아울렛	[LG전자] 디오스 냉장고 R-S584GMJ (576L)	860,000	 바로가기
 G마켓	(서울/수도권만 한정판매) (행복한 여자의선택!) 양문 형냉장고 디오스[R-S584GMJ](576L)	865,000	 바로가기
 ETLAND 전자랜드	LG 576리터 베이직 디오스 [R-S584GMJ]	872,000	 바로가기
 제로마켓	서울,수도권한정 LG 디오스 베이직형 R-S584GMJ (576L)	880,000	 바로가기
 TG LAND	[LG]576L/디오스/더블쿨링/나노항균/LED/강화유리/ 절환실 // R-S584GMJ	892,000	 바로가기

【도 3c】

제1 판매 기간(1달)  
:2004.3.1~3.31

판매자	클릭 입력 횟수 (클릭 광고비)	판매가 합산 (판매가 광고비)	비고
바이이즈	150회 (₩9,000)	4,600,000원 (₩9,200)	판매 수수료 : 0.2%  단위 클릭 비용 : ₩60
아웃렛	120회 (₩7,200)	3,500,000원 (₩7,000)	
G마켓	90회 (₩5,400)	2,700,000원 (₩5,400)	
...	...	...	

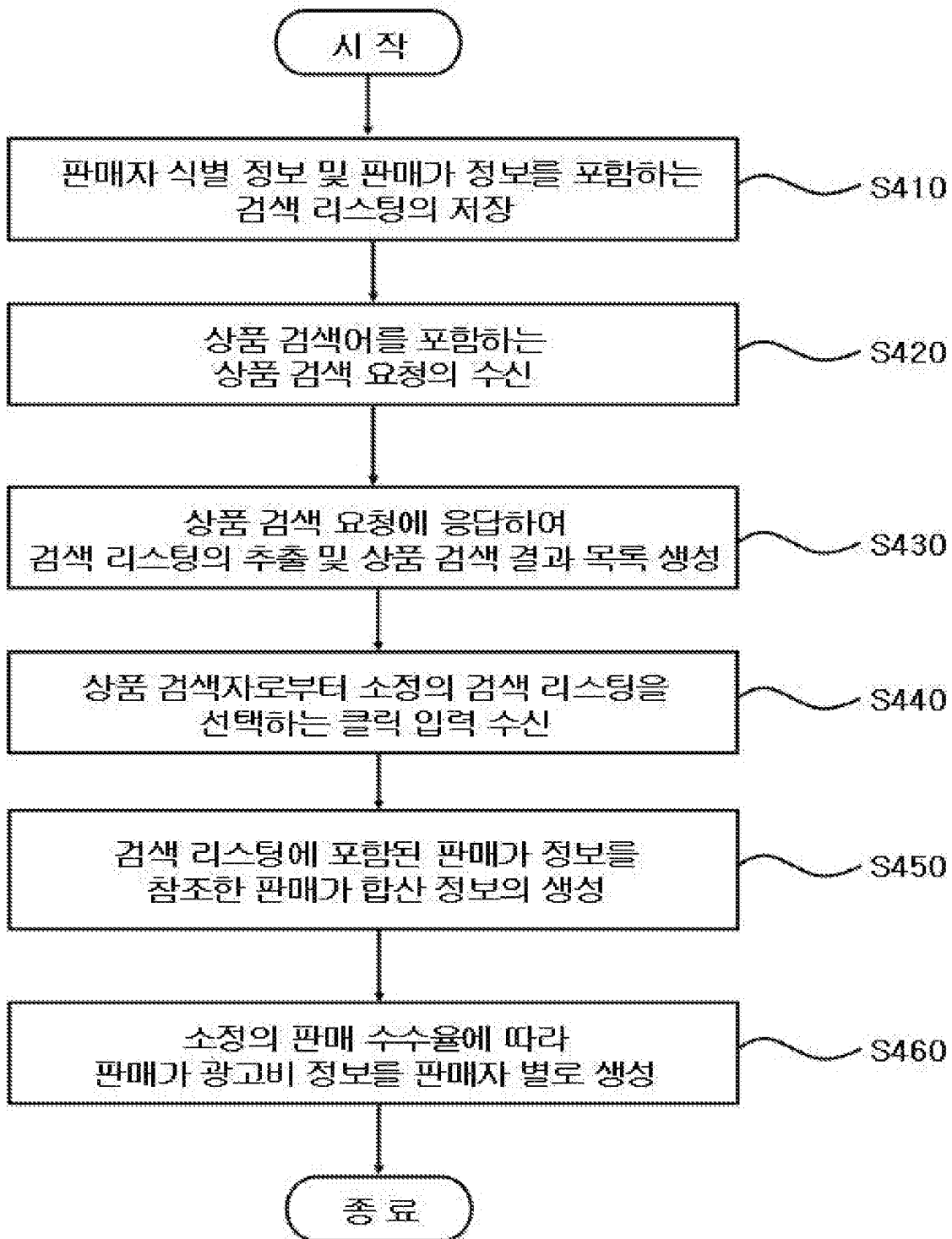
【도 3d】

판매자	금액 광고비	판매가 합산	판매가 광고비 (0.19%)	판매가 광고비 (0.20%)	판매가 광고비 (0.21%)
바이이즈	9,000원	4,600,000원	8,740원	9,200원	9,660원
아웃렛	7,200원	3,500,000원	6,650원	7,000원	7,350원
G마켓	5,400원	2,700,000원	5,130원	5,400원	5,670원
합계	21,600원		20,520원	21,600원	22,680원

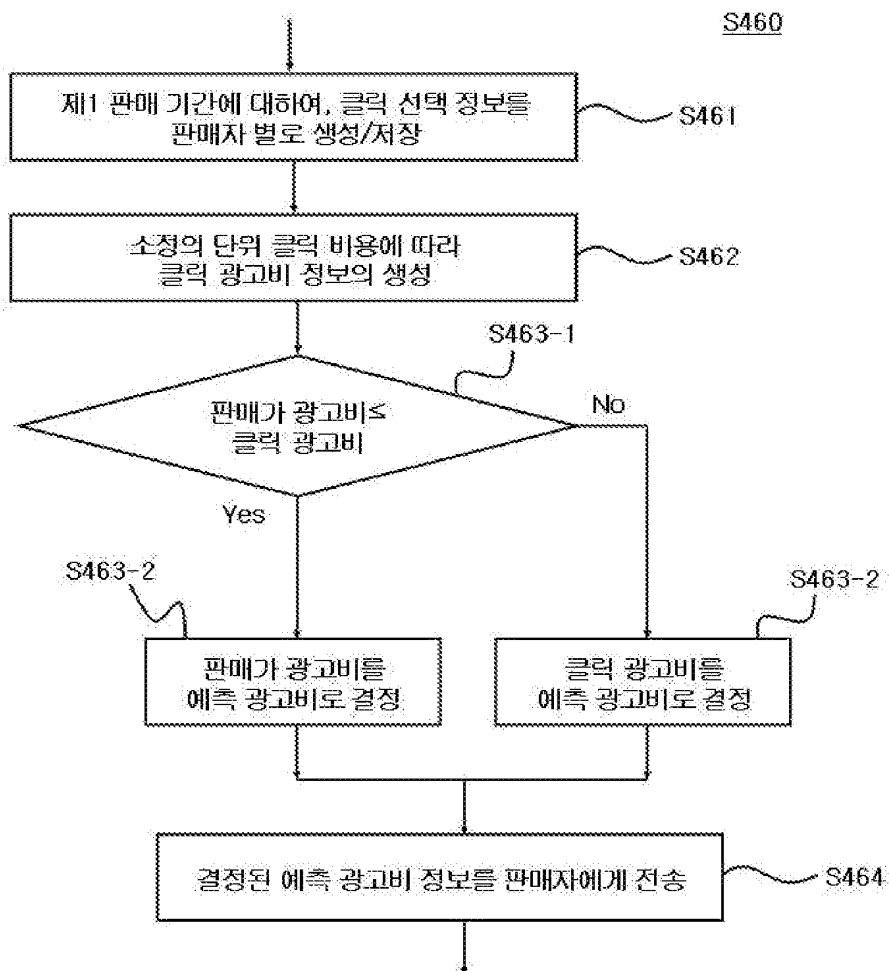
  

티미 판매 수수료	판매가 광고비	금액 광고비 대비율
0.19%	20,520원	95%
0.20%	21,600원	100%
0.21%	22,680원	105%

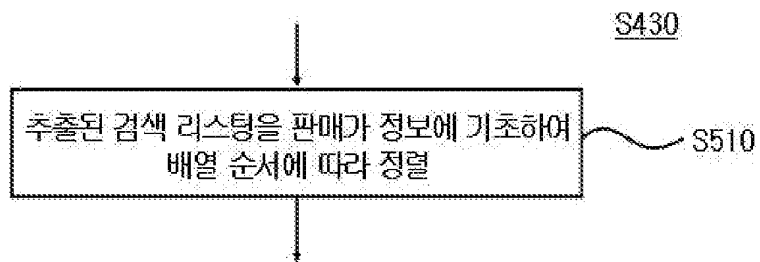
【도 4a】



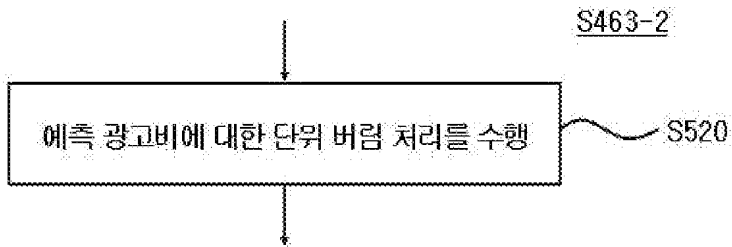
【도 4b】



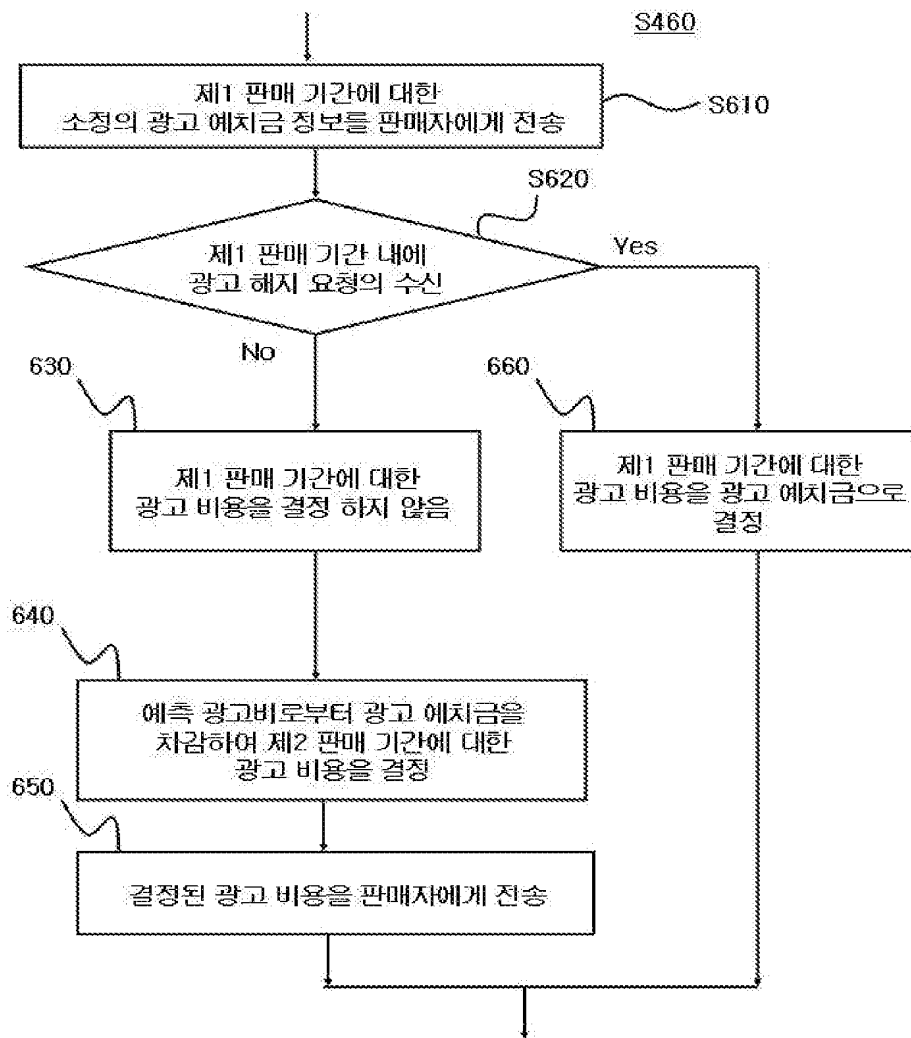
【도 5a】



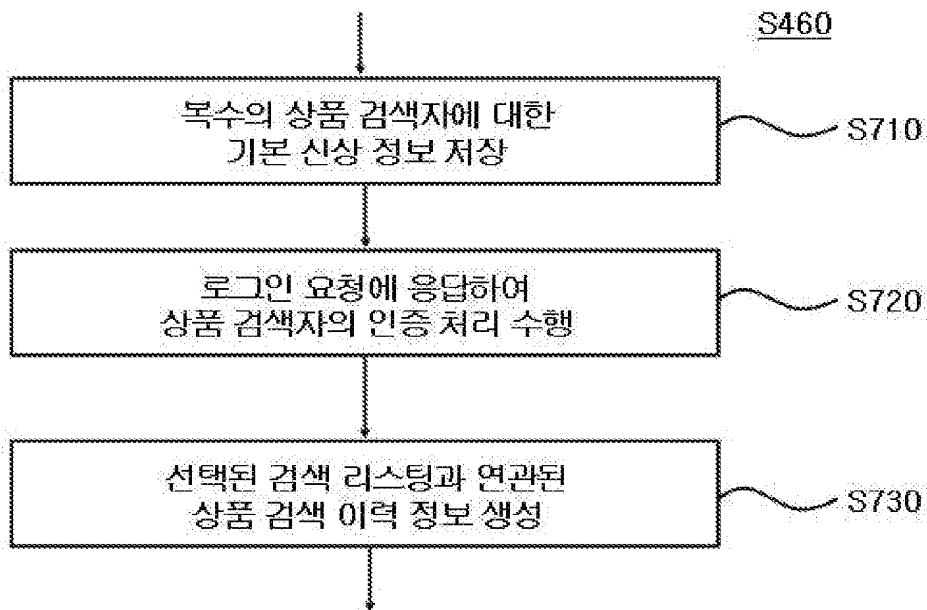
【도 5b】



【도 6】



【도 7】



【도 8】

